

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. PANDIAMON SURABAYA

SKRIPSI



Disusun Oleh :

PAULO ROSSIE PANTOUW  
0712215053 / EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2012

## USULAN PENELITIAN

# PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PANDIAMON SURABAYA

Yang diajukan

PAULO ROSSIE PANTOUW  
0712215053 / EM

Telah disetujui untuk mengikuti seminar :

Pembimbing Utama

Dr. Ali Maskun, MS

Tanggal.....

Mengetahui  
Ketua Progdj Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM  
NIP. 196509071991031001

## USULAN PENELITIAN

# PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PANDIAMON SURABAYA

Yang diajukan

PAULO ROSSIE PANTOUW  
0712215053 / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi

Pembimbing Utama

Dr. Ali Maskun, MS

Tanggal.....

Mengetahui  
Ketua Progdj Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM  
NIP. 196509071991031001

# SKRIPSI

## PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PANDIAMON SURABAYA

Yang diajukan

PAULO ROSSIE PANTOUW  
0712215053 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Dr. Ali Maskun, MS

Tanggal.....

Mengetahui  
Wakil Dekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS  
NIP. 19600330 198603 1001

SKRIPSI  
PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. PANDIAMON SURABAYA

Yang diajukan

**PAULO ROSSIE PANTOUW**  
0712215053 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal : 14 Desember 2012

Pembimbing Utama

Tim Penguji :  
Ketua

Dr. Ali Maskun H,SE,MS  
NIP.195405091983031001

Dr. Ali Maskun H,SE,MS  
NIP.195405091983031001

Sekretaris

Drs.Ec.Pandji Sugiono,MM  
NIP.196410231990031002

Anggota

Dra. Ec. Mei Retno A,MSi  
NIP.196605161991032001

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

**Drs. Dhani Ichsanudin Nur, SE, MM**  
NIP. 19630924 198903 1001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :  
“PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA PT. PANDIAMON SURABAYA “

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progdi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Ali Maskun, MS, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat dan segalanya.
7. Semua pihak yang ikut membantu, yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, November 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAKSI .....	viii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1. Konsep Pemasaran.....	10
2.2.2. Pengertian Perilaku Konsumen .....	11
2.2.3. Presepsi Konsumen.....	11
2.2.4. Strategi Pemasaran.....	12
2.2.5. Definisi Jasa .....	12
2.2.6. Kepuasan Pelanggan .....	18
2.2.7. Loyalitas .....	22



2.2.8. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap	
Loyalitas Pelanggan. ....	31
2.3 Kerangka Konseptual .....	33
2.4 Hipotesis .....	33

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
3.1.1. Pengukuran Variabel.....	35
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian .....	35
3.2.1. Populasi .....	35
3.2.2. Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5 Teknik Analisa dan Uji Hipotesis .....	37

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	41
4.1.1. Sejarah singkat Perusahaan .....	41
4.1.2. Lokasi Perusahaan .....	43
4.1.3. Personalia Perusahaan.....	43
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan .....	47
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	50
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	50

4.2.2. Deskripsi Kepuasan Pelanggan .....	51
4.2.3. Deskripsi Loyalitas .....	52
4.2.2. Uji Validitas .....	53
4.2.3. Uji Reliabilitas .....	55
4.2.4. Inner Model (Pengujian Model Struktural) .....	56
4.3 Pembahasan .....	58

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran .....	59

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	51
Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas.....	52
Tabel 4.5. Outer Loading .....	54
Tabel 4.6. Pengujian Reliability .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Loyalitas .....	26
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual.....	33

# PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PANDIAMON SURABAYA

Paulo Rossie Pantouw

## ABSTRAK

Menghadapi selera yang semakin beragam, perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan inovasi dan peka terhadap perubahan dan keinginan pasar, sehingga mampu memberikan derajat kepuasan yang memenuhi harapan pelanggan. Demikian juga pada perusahaan-perusahaan yang ingin memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan efektif dan efisien contohnya PT. Pandiamon Surabaya. Sewajarnya PT. Pandiamon Surabaya ini menggunakan system pelayanan pelanggan yang tepat sehingga dapat menimbulkan loyalitas terhadap pelanggannya. Jumlah pelanggan jasa travel yang setiap tahunnya mengalami penurunan yang berturut – turut, tentu saja tidak menguntungkan bagi kelangsungan hidup PT. Pandiamon Surabaya karena hal ini akan berdampak pada penurunan pendapatan. Hal tersebut juga tidak lepas karena adanya komplain dari para pelanggan yang menggunakan jasa PT. Pandiamon Surabaya Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pandiamon Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan PT. Pandiamon Surabaya. Metode pengambilan sampel dengan metode non probability sampling dengan teknik Purposive Sampling yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti dengan jumlah 100 responden. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan hal-hal untuk menjawab permasalahan sebagai berikut : Faktor Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan.

Keywords : kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi yang pesat saat ini, kualitas pelayanan sangatlah diperlukan didalam suatu institusi untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi terwujudnya layanan yang berkualitas salah satunya adalah motivasi kerja dan fasilitas, dengan adanya motivasi kerja dari pimpinan kepada bawahannya dan dukungan fasilitas yang memadai akan menimbulkan kinerja yang baik, dan berdampak pada pelayanan yang berkualitas, sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995:56).

Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 1997:44). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler, 1997). Dengan demikian,

harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian dahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Manajemen selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen, kualitas yang diberikan oleh manajemen, akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikannya. Sering kali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh manajemen, untuk mengetahui kepuasan pelanggan, perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerja khususnya kualitas layanan dari pelanggannya. Maka dari itu untuk menghadapi selera yang semakin beragam, perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan inovasi dan peka terhadap perubahan dan keinginan pasar, sehingga mampu memberikan derajat kepuasan yang memenuhi harapan pelanggan.

Demikian juga pada perusahaan-perusahaan yang ingin memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan efektif dan efisien contohnya PT. Pandiamon Surabaya. Sewajarnya PT. Pandiamon Surabaya ini menggunakan system pelayanan pelanggan yang tepat sehingga dapat menimbulkan loyalitas terhadap pelanggannya.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa dapat dibentuk dengan layanan jasa yang telah diberikan. Di sini faktor komunikasi juga sangat dibutuhkan dalam menjalankan aktifitas pelayanan, karena dengan adanya komunikasi bisa memperbaiki kinerja pelayanan yang lebih baik untuk mencapai kepuasan yang baik pula, karyawan juga dituntut melakukan peningkatan kinerja, untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Menurut Kotler ( 1997 : 36 ) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk ( atau hasil ) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia.

Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta informasi dan janji pemasar. Apabila pemasar menaikkan harapan pelanggan terlalu tinggi, pembeli mungkin akan kecewa jika perusahaan gagal memenuhinya. Di lain pihak, jika perusahaan menetapkan harapan pelanggan terlalu rendah, maka perusahaan tidak dapat menarik cukup banyak pembeli, meskipun yang membeli akan puas.

Demikian halnya dengan PT. Pandiamon Surabaya yang bergerak dalam bidang jasa dengan memberikan layanan pada jasa tour and travel. Melihat para pesaing yang jumlahnya semakin bertambah, dimana para pesaing tersebut mempunyai keunggulan bersaing terutama dalam hal kualitas layanannya, maka perusahaan ini dalam menjalankan usahanya mengalami masalah penurunan jumlah pengguna jasa. Data jumlah pelanggan PT. Pandiamon Surabaya pada 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Data Pengguna Jasa PT. Pandiamon Surabaya

BULAN (TAHUN)	JUMLAH PELANGGAN
2007	459
2008	412
2009	381
2010	335



2011	304
------	-----

Sumber : P

Dari data tersebut diatas, maka dilihat dari jumlah pelanggan jasa travel yang setiap tahunnya mengalami penurunan yang berturut – turut, tentu saja tidak menguntungkan bagi kelangsungan hidup PT. Pandiamon Surabaya karena hal ini akan berdampak pada penurunan pendapatan. Hal tersebut juga tidak lepas karena adanya komplain dari para pelanggan yang menggunakan jasa PT. Pandiamon Surabaya. Data komplain yang masuk ke perusahaan selama tahun 2007 – 2009 adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Data komplain PT. Pandiamon Surabaya

TAHUN	JENIS KOMPLAIN	JUMLAH KOMPLAIN
2008	Pelayanan yang tidak tepat waktu, alat transportasi yang sering rusak / mogok di tengah jalan.	62
2009	Kenaikan tarif jasa, kekeliruan penjemputan, pelayanan yang kurang ramah, ketepatan waktu di obyek wisata.	74
2010	Pelayanan yang tidak tepat waktu, cara mengemudi sopir yang terlalu ugal-ugalan,	93
2011	Pelayanan restaurant terlalu lambat & makanan yang disediakan rasanya tidak enak	115

Sumber : PT. Pandiamon Surabaya

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan complain pelanggan, dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggan mempunyai kesetiaan yang tinggi terhadap jasa layanan Iklan yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Jones dan Sasser (1994:745) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan

merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berkaitan dengan uraian tersebut di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pandiamon Surabaya".

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka permasalahan yang diambil adalah :

Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pandiamon Surabaya ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah  
Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pandiamon Surabaya.

## 1.4. Manfaat Penelitian

### 1) Bagi Perusahaan

Skripsi ini dapat menjadi sumber informasi untuk meningkatkan upaya perbaikan aspek pelayanan baik secara umum maupun secara khusus guna memuaskan pelanggan pada Perusahaan

## 2) Bagi UPN “Veteran”

Menambah perbendaharaan perpustakaan dan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang mengadakan penelitian dengan judul yang sama dimasa yang akan datang.